Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:

Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:

Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09)

1990–1991

RECREATIONAL BOATS

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990–1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988–1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Structure and Performance

Structure

The recreational boatbuilding industry comprises firms engaged in the building and repairing of recreational boats, including racing and cruising sailboats, dinghies, motor cruisers, runabouts, outboard motorboats, canoes, rowboats, pontoon boats, houseboats and other types of boats. In Canada, motorboats account for 75 percent of the market in value terms, followed by sailboats, which represent 14 percent, with utility boats accounting for 10 percent and small craft for about 1 percent.

Canadians own 2.3 million recreational boats. The estimated annual expenditures on recreational boating in Canada, including storage, fuel, marina and club rental and membership fees as well as boats and accessories, total $2.5 billion or 7 percent of total estimated world expenditures of $36 billion. The United States accounts for 50 percent of the world market, with the equivalent of $18 billion in expenditures.

In 1989,[1] total shipments were $443.3 million, of which 87 percent or $386 million consisted of various types of boats, and 13 percent or $57 million was made up of accessories and other products as well as boat repairs (Figure 1). The value of the Canadian recreational boat market was approximately $540.9 million in 1989. Motors, although an integral part of most pleasure craft, are not included within the statistical category.

Canadian boat exports in 1989 totalled $110.3 million, of which 90 percent or $99.2 million went to the United States, a 94 percent increase relative to the 1986 level. Exports of inboard or semi-outboard motor cruisers exceeded sailboat

[1]While ISTC estimates for 1990 are available, they should be regarded as preliminary. Therefore, this profile is based on ISTC estimates for 1989, which are more in line with long-term industry trend data.

)2-03512/

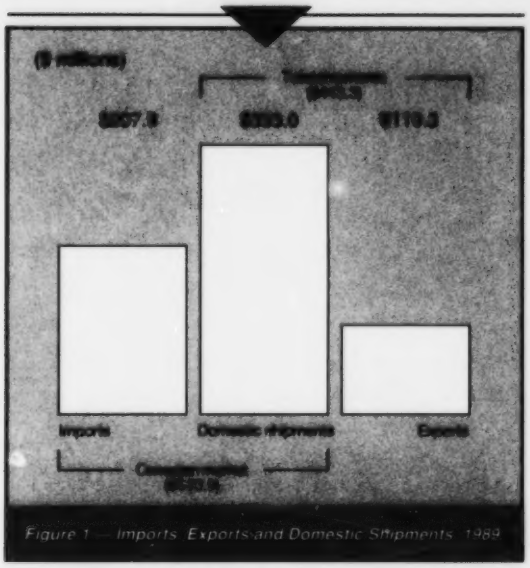


Figure 1 — Imports, Exports and Domestic Shipments, 1989

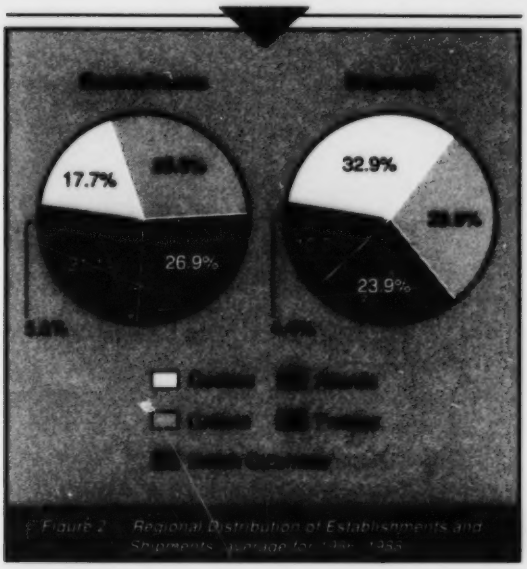


Figure 2 — Regional Distribution of Establishments and Shipments, Average for [illegible]

exports for a third consecutive year; they amounted to $25.5 million, compared with $17.5 million for sailboats. Conversely, imports, primarily of power boats, totalled more than $207.9 million, of which 93 percent or $193.2 million came from the United States. The result was an overall negative trade balance of $97.6 million for 1989.

There were 300 establishments engaged in the manufacture and repair of recreational boats in 1989, employing an estimated 4 840 people. More than one-third of the industry's work force was concentrated in 17 establishments, which employed more than 50 persons each and accounted for 46 percent of the value of all boat shipments. Most firms employed fewer than 20 employees each, accounting for 39 percent of jobs in this industry, 38 percent of the value of shipments and 87 percent of the establishments.

The small average size of manufacturing firms is attributable to high shipping costs and the relatively small amount of capital required to start producing most types of boats, particulary those using fibreglass. Present manufacturing methods in Canadian plants do not allow any major economies of scale through mass production because of the limited number of boats of similar type produced. Also, the small size of the local market served by these firms restricts their growth.

Despite the small size of most firms, they are important employers in their local economies. The cost of shipping finished products contributes to the dispersion of the industry and the predominance of small firms. Shipping expenses can represent as much as 7 percent of the total cost of a boat; however, this percentage is smaller for large, more expensive boats. As a general rule, each firm serves the market within a radius of 800 kilometres of its plant.

While there are boatbuilding firms in all regions, the industry is concentrated in Quebec, Ontario and British Columbia (Figure 2). Most sailboat manufacturers are located in Ontario, while the majority of motorboat manufacturers are in Quebec and British Columbia. The major recreational boat markets are Ontario and Quebec for sailboats and Ontario, Quebec and British Columbia for motorboats.

The boatbuilding industry is owned and controlled by Canadian interests, with the exception of Altra Marine Products of Princeville, Quebec, which is controlled by Outboard Marine Corporation (OMC) of the United States. Conversely, ownership of the outboard and inboard/outboard motor industry is concentrated in the United States, Japan and Sweden. Canadian production of such motors, totalling some $248 million in 1988, consists mainly of products imported and assembled by foreign-owned subsidiaries and sold by dealerships.

The major competitors in the Canadian market are American-based multinationals, which directly export larger boats and offer greater diversity and a more complete line of products than Canadian-based companies. For instance, OMC, through the acquisition of U.S.-based recreational boatbuilding firms, now controls a sizable share of the North American boat market with its controlling interest in Donzi, Four Winns, Chris-Craft and Sea Nymph. In the motor market, OMC Cobra, Johnson and Evinrude are all products of OMC.

Many boatbuilders, particularly small firms that do custom work in Eastern and Western Canada, shift quickly from commercial to recreational boatbuilding or from one segment of recreational boatbuilding to another in response to demand. Recently, for example, a number of sailboat manufacturers began producing motorboats because of weakness in the sailboat market.

Recreational boatbuilders develop retail distribution networks for the more remote markets, normally through manufacturing agents, or by direct representation to marine retail outlets. In general, boat dealers seek to offer as broad a range of products as possible; that is, they offer complete lines of boats in terms of length and price, as well as related products such as motors, trailers and accessories.

Most pleasure boats are built in fall and winter for the next summer season. Consequently, there is significant risk incurred in that expected demand may not be realized. The turnover of firms in this industry is considerable, with many firms encountering financial difficulties and leaving, particularly when market conditions are unfavourable. Similarly, there are many newcomers to the industry when there is a recovery in demand.

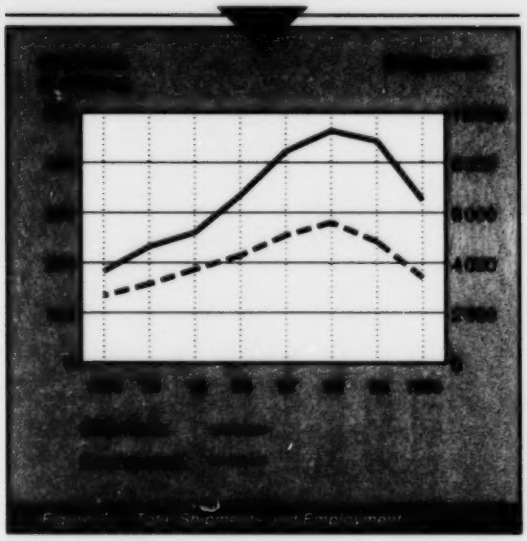
Performance

Recreational boat sales, like those for many leisure products, tend to follow business cycles (Figure 3). Total industry shipments between 1983 and 1989 increased from $183.2 million to $443.3 million, the equivalent of a 16 percent average annual increase over the entire period, with shipments peaking in 1988 at $463.4 million. In 1990, however, shipments fell back to near the 1986 level of $333.9 million, primarily as a result of increased competition from the United States as well as decreased demand in the Canadian market with the onset of weak economic conditions.

Employment statistics provide an accurate reflection of recent performance and of the recovery in this sector between 1983 and 1988. Total employment in recreational boatbuilding plants increased from 2 684 in 1983 to 5 603 in 1988. However, the present market situation indicates a significant decline for employment in 1989 and again in 1990, to an estimated level of 3 400 jobs.

In constant 1981 dollars, the value-added per production worker reached a peak of $34 070 in 1981, when the market was firm, and a low of $30 227 in 1983, immediately following the 1981–1982 recession. Overall, the industry recorded a modest average annual growth of 2.5 percent in value-added between 1980 and 1988.

The Canadian market for recreational boats is cyclical, with demand being dependent on general economic activity



and the level of disposable earned income. From 1980 to 1983, a major decline from $208.8 million to $180.7 million was recorded in the Canadian market. The market then recovered to $277.3 million in 1985 and has continued to rise through 1988 to $542.4 million, only to decline to $540.9 million in 1989, with a further steep drop to an estimated $362.4 million in 1990 in current dollars. Analysis of this trend in constant 1981 dollars, however, reveals little long-term change.

The sustained demand between 1983 and 1988 made possible the rapid expansion in the capacity of boatbuilding firms to produce a wide variety of models and sizes. The present saturation of the market for small, lower-priced fibreglass boats through overproduction is a negative outcome of this growth in demand. The short-term demand for luxury fibreglass boats still seems promising, particularly for motorboats over seven metres in length. Uneven demand is anticipated for popular-sized boats of five to six metres in length. There is now a trend among manufacturers to offer boats with matching styles and colours of motors and trailers.

The demand for sailboats, after declining steadily since the start of the 1980s, does not seem promising in the short term. Only large catamarans and small sailboats without high-performance engines can expect renewed popularity over the medium term, as was confirmed by the sales and the interest generated in the last boat shows in Miami, Toronto and Annapolis, Maryland.

The structure of the industry and the depressed market have resulted in high inventory levels. These levels have left the pleasure craft segment in precarious financial health, as indicated by the closure of 30 manufacturers in 1990.

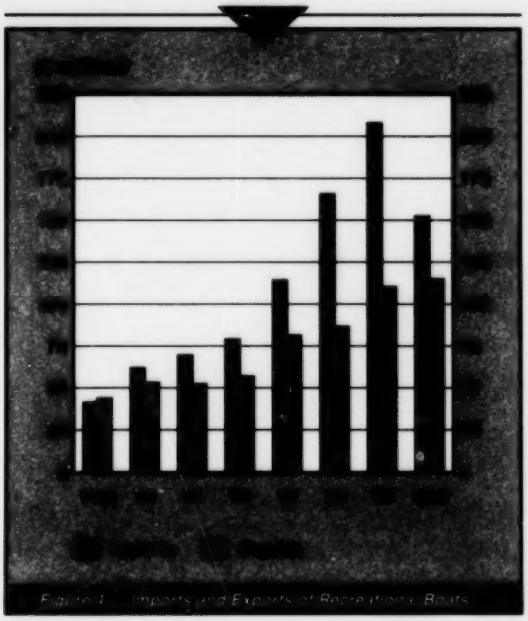


Figure 1 Imports and Exports of Recreational Boats

This condition will restrict research and development (R&D), new product development and new marketing initiatives, especially the expansion of distribution networks.

With the exception of 1983, Canada has had a negative trade balance in the recreational boat industry since 1973. Imports increased more rapidly than exports until 1989 (Figure 4). Since 1985, Canada has had a negative trade balance with the United States. Although approximately 90 percent of trade in this industry is with the United States, trade with Europe and Japan is increasing.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

Since the recreational boatbuilding industry includes many small firms dispersed across the country, it faces many of the problems generally associated with any small business, such as lack of economies of scale, the difficulty of penetrating export markets, shortage of financing, limited distribution networks and undercapitalization. Canadian manufacturers of large sailboats have generally had more success in the export market than motorboat manufacturers. This is due to a reputation based on design excellence and product quality as well as a combination of strong image and competitive prices. However, their positive export market situation is deteriorating rapidly because of eroding producers' margins and because demand in the North American market for Canadian-produced sailboats with auxiliary engines is declining steadily. The value of motorboat exports exceeded that of sailboats for the first time in 1987.

The largest builders of motorboats have invested in upgraded production capacity and in R&D for newer, usually more expensive boats. Operating profits average 4 percent of sales for the industry in general.

Industry productivity is limited by the large number of small firms and by the fact that 90 percent of the boats produced by the industry are made of fibreglass using labour-intensive processes (usually moulding or laminating of fibreglass by hand). The average hourly wage rate of production employees in Canada was $9.15 in 1989, compared with $11 in other Canadian manufacturing industries as a whole, the equivalent of C$7.50 for those in the northern U.S. states, and the equivalent of C$7 for employees of manufacturers located in the southern United States. The industry has a mean value-added of the equivalent of C$25 per production hour. Raw materials make up an average of 53 percent of the cost of a boat, while labour costs account for only 17 percent.

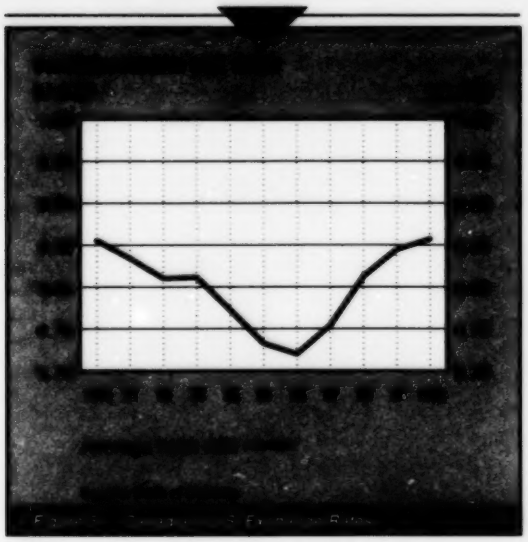
The financial structure of the firm varies with the type of products manufactured. For example, in 1986, the average amount of fixed assets required to produce $1 000 of sales for the industry as a whole was $184, while this amount was considerably higher at $265 for sailboat manufacturers. The value-added per dollar of equipment and materials varied between $0.95 and $11.19, with the median being $2.99, depending on whether a firm manufactured sailboats or fibreglass or aluminum motorboats.

In comparison with its U.S. competitors, the Canadian industry is handicapped by a small domestic market. However, the proximity of the world's largest water sports market compensates in part for this problem.

The Canadian industry specializes in high-quality products for specific market niches and has a solid reputation for quality and durability. Most of the manufacturers, however, cannot compete with low-priced American power boats. The industry's main structural weakness is its lack of financial resources to penetrate and maintain adequate distribution outlets throughout the entire U.S. market. It also suffers from a lack of vertical integration in comparison with its U.S. competitors, most of whom include engine manufacturers as part of the recreational boatbuilding group.

Trade-Related Factors

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), tariffs on recreational boats traded between Canada and the United States are being phased out in 10 annual, equal steps.



The transition period is crucial to the Canadian industry. In the recreational boatbuilding industry, the Canadian and American tariffs on boats are 10.5 percent and 1.05 percent, respectively, in 1991.

The industry has expressed concern about the relatively higher value of the Canadian dollar in recent periods against the U.S. dollar (Figure 5). A significantly lower value, on the other hand, is widely recognized as being inflationary. The resulting higher domestic costs and prices in turn can erode, over time, the short-term competitive gains of such a lower-valued dollar.

Most boat components and accessories are imported from the United States. Tariffs for these products, which currently average about 10 percent, are also being phased out under the FTA in 10 steps which will result in lower production costs of finished goods. For small producers, component costs are generally higher in Canada than in the United States because of lower production volumes, higher duties and longer distribution chains.

The main export market for Canadian producers is the United States, which is protected by the *Merchant Marine Act*, commonly referred to as the "Jones Act." This legislation applies to all boats not intended strictly for non-commercial recreational use and it constitutes a major non-tariff barrier to all foreign cruising sailboat or motorboat manufacturers seeking to sell their boats to rental operations in this market. However, foreign-built boats can be chartered out by American companies without violating the "Jones Act" if the boat is registered with a recreational endorsement and is chartered, rented or leased without a crew.

Whereas building standards for small boats in Canada are enforced only for boats that are in operation, those in the United States are strictly enforced by the Coast Guard and the National Marine Manufacturers Association and apply to all boats sold and imported. Moreover, the American legal system tends to encourage litigation for any defects in boats. These conditions in the United States result in high liability insurance premiums for both manufacturers and distributors. This insurance cost, combined with the cost of establishing a new distribution network, poses a further obstacle to new exporters.

The Allied Boating Association of Canada (ABC) includes manufacturers and wholesale distributors of boats and has been active for over 30 years in establishing safety and construction regulations for small vessels in Canada. ABC, through its link with the technical and certification committees of the International Organization for Standardization and the International Council of Marine Industry Associations, is working to harmonize, where possible, international construction standards and certification procedures.

Technological Factors

Design, styling and performance are important factors for recreational boats. In Canada, sailboat builders who excel in design are successful in both the domestic and export markets. Leading Canadian motorboat builders manufacture top-quality and original product lines. This move towards original styling is a change, since most producers traditionally have adopted innovations and improvements developed abroad, primarily in the United States.

The presence of American manufacturers is very strong in international markets; in fact, more than 15 U.S. companies are active in Europe and Asia. Penetration of world markets by Canadian manufacturers is more limited, although several new Canadian products have been showcased at international boat shows. Canadian products compare favourably with international products in terms of styling, quality and design.

Many approaches can be used to develop exclusive styling or an exclusive product line and thus obtain marketing advantages. Many Canadian manufacturers order a particular boat model from naval architects. The usual procedure is to pay a fixed amount for the plans, then to pay a royalty on each unit produced. A few manufacturers, by purchasing all rights to a design, can then license other manufacturers to produce identical boats for their specific markets. Companies producing large cruising motor yachts and sailboats frequently use this technique.

Despite the small number of persons employed full-time in R&D for the creation of new boat designs, the Canadian recreational boatbuilding industry seems to keep well abreast

of developments in the industry by selectively introducing new materials, production techniques and designs. Canadian motorboats produced in recent years feature an excellent blend of new design and aesthetics, coupled with a level of quality often superior to that of U.S. products. For instance, many Canadian products use hulls that incorporate the latest fibreglass technologies, such as layers of fibreglass bonded in sandwich-type construction to a core of high-density foam. This substantially reduces the weight of the hull while increasing its structural strength. The technique is used extensively in aeronautics and in the construction of U.S. Navy mine sweepers. The use of specialized designers by Canadian firms contributes substantially to the diffusion of this technology.

Canadian manufacturers spend less than 1 percent of their revenues on new-product R&D. To remain competitive, manufacturers will have to invest in new production methods, make use of new materials, standardize ongoing in-house product development processes and collaborate with the network of subcontractors that has developed in the industry.

Evolving Environment

Before the 1981–1982 recession, the typical pleasure boater owned a sailboat. Today's boat owner probably has a motorboat and has previously operated a sailboat. In 1981, sailboat manufacturers were at their peak and had been striving to keep up with growing demand since the advent of new fibreglass products in the late 1960s. Sailboats accounted for more than 55 percent of all shipments in 1981, while motorboats represented only 15 percent of the total.

Motorboat shipments have since risen steadily at an average rate of more than 60 percent annually, increasing from $14.9 million in 1982 to $28.5 million in 1983 and reaching $137.5 million and $148 million in 1987 and 1988, respectively. Sailboat shipments have fared quite differently, however, with average sales holding at $80 million annually between 1982 and 1985, then slumping steadily to $40.1 million, or only 9 percent of total recreational boat shipments, in 1988. Several sailboat manufacturers have added motorboats to their product lines in order to benefit from this shift in popularity.

Business cycles, the interest of Canadian dealers in American products and high interest rates have a considerable influence on Canadian shipments of recreational boats and directly affect the volume of boat imports or exports. Accordingly, the rate of increase in Canadian exports of boat products to the United States slowed in 1988 and 1990. Meanwhile, the rate of increase in boating imports from the United States continued to outpace the rate of increase in exports to that country until 1990, when the onset of the recession sharply curtailed them.

Many factors indicate that the North American market will experience growth during the 1990s. Favourable demographics, the availability of long-term financing to consumers for the purchase of boats, the quality and diversity of products offered, the upgrading and addition of mooring slips by the country's 3 700 Canadian marina operators as well as growing publicity surrounding international boat races and events are all expected to contribute to growth in the North American market. Leading producers have surplus manufacturing capacity as well as the products necessary to make inroads on such major export markets as the United States, Italy, the United Kingdom, Germany, Japan and France.

The rapid consolidation of the U.S. marine industry through numerous mergers and acquisitions of boat manufacturers by two giants, OMC (maker of Johnson, Evinrude and OMC Cobra motors) and Brunswick (maker of Mercury, Mercruiser, Mariner and Force motors) has added to the vertical integration already characteristic of U.S. manufacturers, has upset the market balance and has created conflicting brand-name loyalties among dealers selling the boat brands of one manufacturer and the motors of the other.

The main obstacles to be overcome in the Canadian market stem from the increased acceptance of U.S. products by Canadian boat dealers, possible regulations regarding boat sizes and usage designed to protect the environment, lake closures in Quebec under municipal by-laws, an anticipated price war with low-priced U.S. manufactured products and controls on Canadian products exported to the United States. Under these circumstances, several North American manufacturers and retailers will be hard-pressed to survive. Depending on the health of the economy, the value of the dollar and Canadian and American interest rates, there could be a three-year period of depressed conditions, followed by renewed growth of 3 to 5 percent from 1993 to the end of the 1990s.

Competitiveness Assessment

The Canadian recreational boatbuilding industry has demonstrated that it can be competitive in North American markets. Canadian boat makers who offer and specialize in high-quality products will be in a competitive position, particularly for top-of-the-line boats, because of their styling, materials and performance.

But the industry is handicapped by its diffuse structure and typical small-business characteristics. Activity in the industry also parallels in part the major economic cycles,

with the demand for boat production being linked to disposable personal income.

Product innovation has been particularly important in the sailboat sector. Success in the world's largest export market, the United States, is dependent on the reputation of these sailboats for both quality and performance. The FTA will force Canadian boat manufacturers to become more productive, innovative and specialized in their market approach in order to remain competitive with the generally larger and better-financed U.S. producers.

Improvements in engines, electronic accessories, boat design, product variety and production methods have all helped to make pleasure boating more affordable. To maintain its growth, the industry must increase its American market penetration, turn towards new export markets, develop its domestic market by improving and developing the design, styling and technology of its boats, and be more innovative in its approach to after-sale service.

For further information concerning the subject matter contained in this profile or to obtain any ISTC materials listed on page 12, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Recreational Boats
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-3760
Fax: (613) 954-3107

PRINCIPAL STATISTICS[a]

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989[b]	1990[b]
Establishments	241	342	369	361	359	327	379	300	270
Employment	3 079	2 684	3 056	3 729	4 294	5 089	5 603	4 840	3 400
Shipments ($ millions)	80.0	1[illegible]2	232.1	260.2	333.9	421.2	463.4	443.3	325.0
Value-added manufacturing activity ($ millions)	38.8	84.2	110.8	119.4	143.2	166.2	189.7	187.0	135.0

[a]See *Transportation Equipment Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 42-251, annual (SIC 3281, boatbuilding and repair industry).

[b]ISTC estimates.

TRADE STATISTICS[a]

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]	1990[c]
Exports ($ millions)	23.0	44.0	53.2	52.4	56.9	81.5	86.6	110.3	115.0
Exports, U.S. only ($ millions)	21.8	42.5	51.9	50.1	54.5	78.2	79.3	99.2	100.0
Domestic shipments ($ millions)	57.0	139.2	178.9	207.8	277.0	339.7	376.8	333.0	210.0
Imports ($ millions)	24.1	41.5	62.0	69.5	79.0	114.2	165.6	207.9	152.4
Imports, U.S. only ($ millions)	21.3	33.6	46.5	50.3	62.0	96.7	148.7	193.2	142.9
Canadian market ($ millions)	81.1	180.7	240.9	277.3	356.0	453.9	542.4	540.9	362.4
Exports (% of shipments)	28.8	24.0	22.9	20.1	17.0	19.3	18.7	24.9	35.4
Imports (% of Canadian market)	29.7	23.0	25.7	25.1	22.2	25.2	30.5	38.4	42.1
Balance of trade ($ millions)	-1.1	2.5	-8.8	-17.1	-22.1	-32.7	-79.0	-97.6	-37.4

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly; and *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

[b]It is important to note that data for 1988 and after are based on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS). Prior to 1988, the shipments, exports and imports data were classified using the Industrial Commodity Classification (ICC), the Export Commodity Classification (XCC) and the Canadian International Trade Classification (CITC), respectively. Although the data are shown as a continuous historical series, users are reminded that HS and previous classifications are not fully compatible. Therefore, changes in the levels for 1988 and after reflect not only changes in shipment, export and import trends, but also changes in the classification systems. It is impossible to assess with any degree of precision the respective contribution of each of these two factors to the total reported changes in these levels.

[c]ISTC estimates.

IMPORTS BY BOAT TYPE[a] ($ millions)

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990[b]
Power inboard/outboard boats	14.5	20.6	33.5	44.5	54.8	86.9	122.1	160.5	103.2
Sailboats	–	7.9	13.1	11.1	7.2	7.7	10.6	11.2	7.3
Rowboats, outboards and others	9.6	13.0	15.4	13.9	17.0	19.6	32.9	36.2	41.9
Total	24.1	41.5	62.0	69.5	79.0	114.2	165.6	207.9	152.4

[a]See *Imports, Merchandise Trade*, Statistics Canada Catalogue No. 65-203, annual.
[b]ISTC estimates.

EXPORTS BY BOAT TYPE[a] ($ millions)

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990[b]
Power inboard/outboard boats	6.0	4.5	3.6	8.4	11.5	36.7	44.7	25.5	31.3
Sailboats	14.9	35.6	44.4	36.9	36.2	32.8	26.6	17.5	16.6
Rowboats, outboards and others	2.1	3.9	5.2	7.1	9.2	12.0	15.3	67.3	67.1
Total	23.0	44.0	53.2	52.4	56.9	81.5	86.6	110.3	115.0

[a]See *Exports, Merchandise Trade*, Statistics Canada Catalogue No. 65-202, annual.
[b]ISTC estimates.

REGIONAL DISTRIBUTION[a] (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	21.1	17.7	29.3	5.0	26.9
Employment (% of total)	13.1	31.6	29.4	5.1	20.8
Shipments (% of total)	10.0	32.9	28.8	4.4	23.9

[a]See *Transportation Equipment Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 42-251, annual.

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Altra Marine Products Inc.	United States	Princeville, Quebec (PB) (R)
Bombardier Inc.	Canada	Valcourt, Quebec (PW)
C.S. Yachts Limited	Canada	Brampton, Ontario (S)
Cadorette Marine Co.	Canada	Grand' Mère, Quebec (PB)
Canoe Cove Manufacturing Ltd.	Canada	Sidney, British Columbia (PB)
Cooper Yachts Ltd.	Canada	Maple Ridge, British Columbia (PB)
Doral Boats Ltd.	Canada	Grand' Mère, Quebec (PB)
Hinterhoeller Yachts	Canada	St. Catharines, Ontario (S)

(PB) Power boats (R) Rowboats
(PW) Personal watercraft (S) Sailboats

MAJOR AMERICAN COMPETITORS

Name	Boating sales (1989)	Trade names
Brunswick Corporation	$2.007 billion	Bayliner, Sea Ray, Maxum, Arriva, Cobra, Starcraft, Fisher, Monark, Procraft, Astroglass, Blue Fin, Spectrum Motors: Mariner, Force, Mercury, Mercruiser
Outboard Marine Corporation	$1.12 billion	Stratos, Sea Nymph, Donzi, Four Winns, Irisbowl (Australia) Chris-Craft, Lowe, Sunbird, Grumman, Sea Swirl, Hydra Sports, Ryds Batinchestri (Sweden) Altra (Canada) Motors: Evinrude, Johnson, Cobra
Genmar Industries Inc. (Minstar Inc.)	$473.5 million	Lund, Glastron, Larson, Wellcraft, Crestliner, Hatteras, Minnetonka, Ski Supreme, Carver, Ranger, (Miramar Marine Inc., $277 million) Motors: Volvo Penta

INDUSTRY ASSOCIATIONS

Alberta Marine Trade Association
c/o Auto Marine Specialties Ltd.
4718 - 1st Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2G 0A2
Tel.: (403) 287-2121
Fax: (403) 287-2122

Allied Boating Association of Canada
Suite 324, 5468 Dundas Street West
ISLINGTON, Ontario
M9B 6E3
Tel.: (416) 236-2497
Fax: (416) 236-3670

Association québécoise de l'industrie du nautisme
4545 Pierre-de-Coubertin Street
MONTREAL, Quebec
H1V 3N7
Tel.: (514) 257-7600
Fax: (514) 257-7362

Atlantic Marine Trade Association
P.O. Box 339
WAVERLEY, Nova Scotia
B0N 2S0
Tel.: (902) 860-2220

Marine Trades Association of British Columbia
Suite 240, 1075 West Georgia Street
VANCOUVER, British Columbia
V6E 3C9
Tel.: (604) 683-5191
Fax: (604) 688-3105

Mid-Canada Marine Dealers Association
23 Sage Crescent
WINNIPEG, Manitoba
R2Y 0X8
Tel.: (204) 831-5438
Fax: (204) 831-5438

Ontario Marina Operators Association
Suite 211, 4 Cataraqui Street
KINGSTON, Ontario
K7K 1Z7
Tel.: (613) 547-6662
Fax: (613) 547-6813

Personal Watercraft Industry Association
Suite 324, 5468 Dundas Street West
ISLINGTON, Ontario
M9B 6E3
Tel.: (416) 236-2497
Fax: (416) 236-3670

SECTORAL STUDIES AND INITIATIVES

The following information is available from Industry, Science and Technology Canada (see address on page 7).

Database on the Recreational Boats Industry
The database lists Canadian boatbuilders, accessory manufacturers and suppliers to the industry. Directories of manufacturers, product lists and exporting companies are periodically produced. Two database lists available include

- *Canadian Boat and Accessory Exporter Directory*
- *Canadian Boat Building Industry Directory*

Interfirm Comparison of Canadian Recreational Boats Manufacturers (1986 and 1990)
The object of these studies, compiled by ISTC, is to help participant manufacturers improve their productivity and profitability by providing them with analyses of their strengths and weaknesses relative to the other firms.

Printed on paper containing recycled fibres.

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants

Pour les Profils de l'industrie :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09

1990–1991

BATEAUX DE PLAISANCE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie de la construction des bateaux de plaisance comprend des entreprises qui construisent et réparent des embarcations de plaisance, notamment des voiliers de course ou de croisière, des dériveurs, des bateaux de croisière à moteur, des canots automobiles, des bateaux hors-bords, des canots, des chaloupes à rames, des bateaux pontons, des caravanes flottantes (house-boat) et d'autres genres d'embarcations. En valeur, le marché canadien est dominé à 75 % par les bateaux à moteurs, suivis par les voiliers (14 %), les embarcations de service (10 %) et les petits bateaux (environ 1 %).

Les Canadiens possèdent 2,3 millions de bateaux de plaisance. Annuellement, les dépenses directes consacrées à la plaisance au Canada comprennent les biens et services tels que bateaux et accessoires, entreposage, combustible, frais de marina et d'adhésion à un club. Le total de ces dépenses est évalué à 2,5 milliards de dollars, ce qui représente 7 % du total des dépenses mondiales de ce secteur, lesquelles sont estimées à 36 milliards de dollars. Les États-Unis comptent pour 18 milliards de dollars, soit 50 % du marché mondial.

En 1989[1], les expéditions ont totalisé 443,3 millions de dollars, dont 386 millions de dollars, soit 87 %, concernaient les bateaux de divers types. Les accessoires et les autres produits, ainsi que les réparations, représentaient environ 13 %, soit 57 millions de dollars (figure 1). Le marché canadien des embarcations de plaisance se situait autour de 540,9 millions de dollars en 1989. Même si on trouve un moteur sur la plupart des embarcations de plaisance, ceux-ci ne sont pas inclus dans les statistiques.

[1]Bien qu'ISTC dispose d'estimations pour 1990, celles-ci doivent être considérées comme des données préliminaires. Le présent profil est donc basé sur les estimations de 1989, qui correspondent mieux aux tendances à long terme de cette industrie.

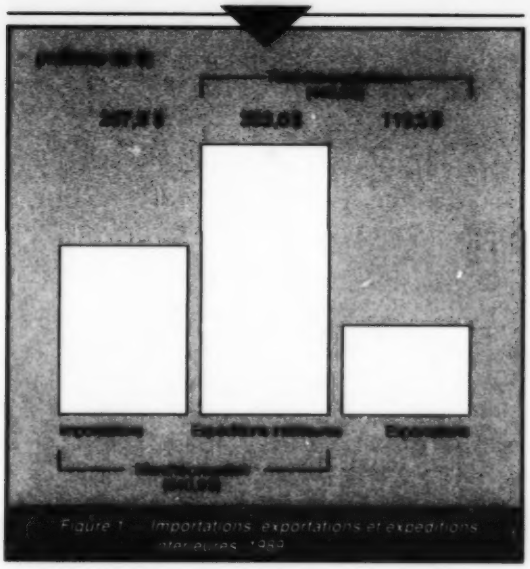


Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

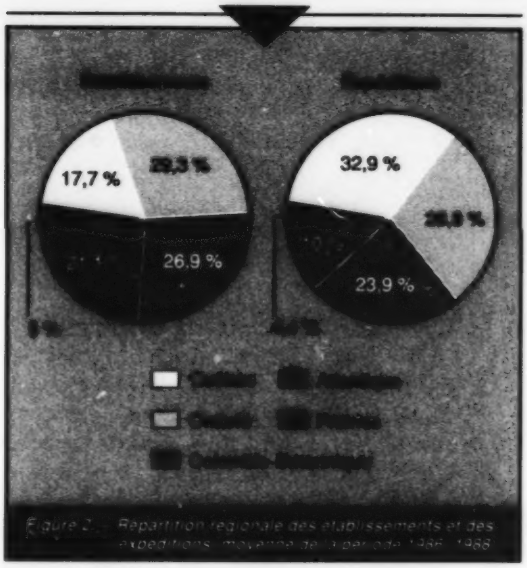


Figure 2 — Répartition régionale des établissements et des expéditions, moyenne de l'année, 1988

En 1989, les exportations d'embarcations totalisaient 110,3 millions de dollars, dont 99,2 millions (90 %) étaient destinées aux États-Unis, soit une augmentation de 94 % par rapport à 1986. En 1989 également, les exportations de bateaux de croisière avec moteur in-bord ou stern-drive ont surpassé pour une troisième année consécutive les exportations de voiliers, s'établissant à 25,5 millions de dollars comparativement à 17,5 millions de dollars pour les voiliers. Par contre, les importations, principalement de bateaux à moteur, ont totalisé plus de 207,9 millions de dollars, dont 193,2 millions de dollars (93 %) en provenance des États-Unis. Il en est résulté un déficit commercial de 97,6 millions de dollars pour 1989.

En 1989, 300 établissements s'occupaient de fabrication et de réparation de bateaux de plaisance, et employaient environ 4 840 travailleurs. Cependant, plus du tiers de l'emploi était concentré dans 17 établissements, qui employaient chacun plus de 50 personnes et réalisaient ensemble 46 % de toutes les expéditions d'embarcations. Quatre-vingt-sept pour cent des entreprises avaient moins de 20 employés; elles détenaient 39 % des emplois et ont effectué 38 % des expéditions.

La petite taille des entreprises manufacturières est attribuable aux coûts de livraison élevés et aux capitaux relativement faibles nécessaires pour se lancer dans la production de la plupart des bateaux, en particulier ceux qui sont fabriqués de fibre de verre. Les méthodes de fabrication actuellement utilisées dans les usines canadiennes ne permettent pas de réaliser de grandes économies d'échelle même quand il y a production en série, à cause du nombre limité d'embarcations produites à partir d'un même modèle. En outre, les dimensions réduites du marché local desservi par ces entreprises restreignent leur croissance.

Bien qu'elles soient généralement petites, les sociétés qui composent l'industrie sont des employeurs importants dans les économies locales. Le coût du transport des produits finis a contribué au morcellement de l'industrie et à la prépondérance des petites entreprises. Les frais de transport peuvent représenter jusqu'à 7 % du coût total d'un bateau; toutefois, cette proportion est plus faible dans le cas des gros bateaux plus coûteux. Généralement, une entreprise dessert un marché situé dans un rayon de 800 kilomètres de son usine.

Quoique l'industrie soit présente partout au Canada, le gros de l'activité est concentré au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique (figure 2). Les fabricants de voiliers prédominent en Ontario, alors que la majorité des fabricants de bateaux à moteur sont installés au Québec et en Colombie-Britannique. Les principaux marchés de la navigation de plaisance sont l'Ontario et le Québec pour les voiliers, et l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique pour les bateaux à moteurs.

L'industrie de la construction d'embarcations appartient à des intérêts canadiens, qui en assurent aussi le contrôle, à l'exception de Produits Nautiques Altra, de Princeville, Québec, qui est contrôlée par Outboard Marine Corporation (OMC), des États-Unis. Par contre, la propriété de l'industrie des moteurs hors-bord et des moteurs stern-drive est concentrée aux États-Unis, au Japon et en Suède. La production

canadienne de ces moteurs s'élevait à environ 248 millions de dollars en 1988. La plus grande partie de cette production se composait de produits importés et assemblés par des filiales de sociétés étrangères, et vendus par des concessionnaires.

Les principaux compétiteurs sur le marché canadien sont des multinationales américaines, qui exportent des bateaux plus gros et offrent une gamme d'embarcations plus complète et plus diversifiée. Par exemple, OMC, qui a acheté plusieurs entreprises américaines fabriquant des bateaux de plaisance, contrôle une grande proportion du marché nord-américain des embarcations par l'intermédiaire de Donzi, Four Winns, Chris-Craft et Sea Nymph, ainsi que le marché des moteurs au moyen de OMC Cobra, Johnson et Evinrude, toutes propriété de OMC.

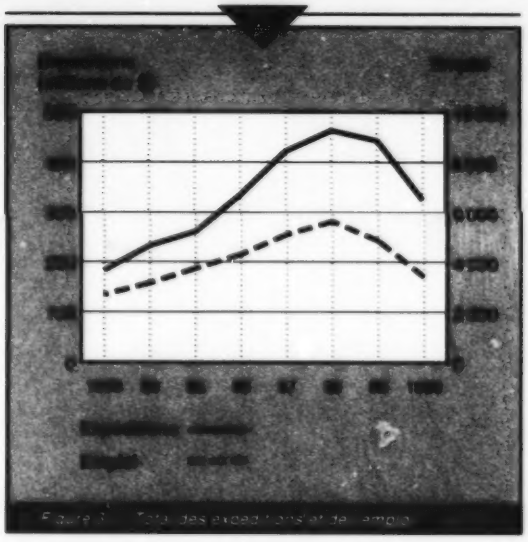
De nombreux fabricants, surtout de petits constructeurs à la pièce de l'Est et de l'Ouest canadiens, passent rapidement de la construction de bateaux commerciaux aux embarcations de plaisance, ou d'un domaine à l'autre afin de répondre à la demande. Ainsi, certains fabricants de voiliers se sont récemment mis à produire des bateaux à moteur, pour compenser la faiblesse du marché des voiliers.

Pour rejoindre leurs marchés les plus éloignés, les fabricants d'embarcations de plaisance doivent mettre en place un réseau de détaillants, normalement par l'intermédiaire d'un agent commercial ou encore en vendant directement aux détaillants de sports nautiques. De façon générale, les détaillants cherchent à offrir un éventail de produits le plus large possible, en présentant des gammes complètes de bateaux en termes de longueur et de prix, et en vendant aussi des produits connexes comme les moteurs, les remorques et les accessoires.

La majorité des embarcations de plaisance sont fabriquées l'automne et l'hiver pour la saison d'été suivante. Par conséquent, les fabricants risquent toujours que la demande prévue ne se concrétise pas. On constate des changements fréquents dans l'industrie, car de nombreuses entreprises ferment à la suite de difficultés financières, surtout lorsque les conditions du marché sont mauvaises. En revanche, il se produit beaucoup de démarrages d'entreprises lorsqu'il y a reprise de la demande.

Rendement

Les ventes de bateaux de plaisance, comme celles d'un grand nombre de produits liés aux loisirs, ont tendance à suivre le cycle des affaires (figure 3). Entre 1983 et 1989, les expéditions totales de ce secteur sont passées de 183,2 millions de dollars à 443,3 millions, soit une augmentation moyenne de 16 % par année. En 1988, les expéditions ont atteint un sommet de 463,4 millions de dollars. En 1990, cependant, les expéditions ont presque chuté au niveau de



1986, soit 333,9 millions de dollars. Cette diminution des expéditions est principalement attribuable à une augmentation de la concurrence américaine, et à une baisse de la demande sur le marché canadien avec l'arrivée de la récession.

Les statistiques sur l'emploi constituent une bonne indication du rendement récent de l'industrie, et illustrent la reprise qui s'est produite dans ce secteur entre 1983 et 1988. Le nombre total d'emplois reliés à la construction de bateaux de plaisance est passé de 2 684 en 1983, à 5 603 en 1988. Cependant, l'état actuel du marché laisse entrevoir une baisse marquée de l'emploi en 1989 et en 1990, à un niveau estimatif de 3 400 personnes.

En dollars constants de 1981, la valeur ajoutée par travailleur de la production a atteint un sommet de 34 070 $ en 1981, année où le marché était ferme, et un creux de 30 227 $ en 1983, immédiatement après la récession de 1981–1982. Entre 1980 et 1988, la valeur ajoutée a connu une croissance moyenne modeste de 2,5 % par année.

Le marché canadien des embarcations de plaisance est cyclique, et la demande est liée à l'activité générale de l'économie et au revenu disponible. Entre 1980 et 1983, le marché canadien a connu une baisse importante, passant de 208,8 millions de dollars à 180,7 millions. Il est ensuite remonté jusqu'à 277,3 millions de dollars en 1985, et a poursuivi cette hausse jusqu'en 1988, atteignant 542,4 millions. Il est alors redescendu à 540,9 millions en 1989, puis à un niveau estimatif de 362,4 millions de dollars courants en 1990. L'étude de cette tendance en dollars constants de 1981 ne montre toutefois pratiquement aucune évolution à long terme.

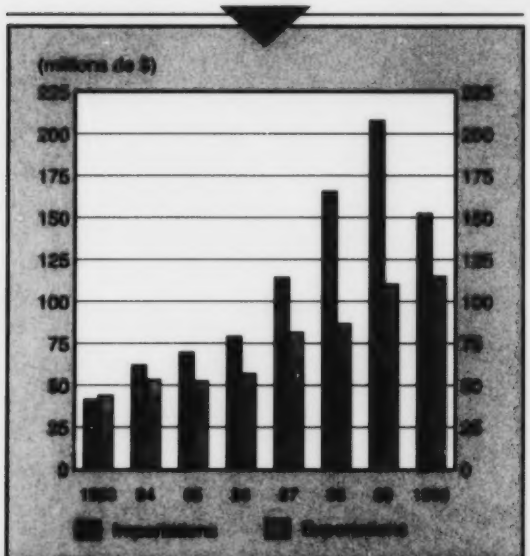


Figure 4 Importations et exportations des bateaux de plaisance

Entre 1983 et 1988, la demande soutenue a permis un développement rapide de la capacité des entreprises de fabriquer des embarcations de divers modèles et de diverses longueurs. La saturation actuelle du marché des petites embarcations de fibre de verre de bas de gamme, causée par une surproduction, représente l'envers de cette croissance de la demande. La demande à court terme d'embarcations de fibre de verre haut de gamme semble encore prometteuse, particulièrement en ce qui concerne les embarcations à moteur de plus de sept mètres. On prévoit une demande inégale pour les embarcations de dimensions très en demande, entre cinq et six mètres. Chez les fabricants, la mode actuelle est d'offrir le moteur et la remorque assorties aux embarcations en style et en couleurs.

La demande de voiliers, en constant déclin depuis le début des années 1980, ne semble pas prometteuse à court terme. Seuls les catamarans de grande taille et les petits voiliers non munis de moteur de haute performance peuvent espérer un regain de popularité à moyen terme, et ceci a été confirmé par les ventes et l'intérêt observés lors des derniers salons nautiques de Miami, de Toronto, et d'Annapolis, au Maryland.

À cause de sa structure et de la faiblesse actuelle du marché qui a créé des niveaux élevés de stocks invendus, l'industrie nautique se trouve actuellement dans une situation financière précaire. Les 30 fermetures de fabricants survenues en 1990 illustrent bien cette situation. Ceci limitera la recherche et le développement (R.-D.), la mise au point de nouveaux produits et la mise en marché, particulièrement l'expansion du réseau de distribution.

Sauf en 1983, la balance commerciale dans le secteur des embarcations de plaisance affiche un déficit depuis 1973. Les importations ont augmenté plus rapidement que les exportations jusqu'en 1989 (figure 4). Depuis 1985, la balance commerciale avec les États-Unis est négative. Environ 90 % des échanges se font avec les États-Unis; par contre, on constate une activité croissante du commerce avec l'Europe et le Japon.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

L'industrie de la fabrication des embarcations de plaisance est composée de nombreuses petites entreprises dispersées dans tout le pays, de sorte que le secteur manifeste les faiblesses liées à toute petite entreprise. Notons entre autres l'absence d'économies d'échelles, la difficulté de pénétrer les marchés d'exportations, le sous-financement, la taille restreinte du réseau de distribution et la sous-capitalisation. Les fabricants canadiens de gros voiliers ont eu généralement plus de succès sur les marchés de l'exportation que les fabricants de bateaux à moteur. Cela est dû à une réputation basée sur un excellent design et sur la qualité des produits, ainsi qu'à une solide image de marque et à des prix concurrentiels. Cependant, cette situation favorable du marché à l'exportation se détériore rapidement à cause de la marge bénéficiaire des producteurs, et à cause de la baisse constante sur le marché nord-américain de la demande de voiliers de fabrication canadienne avec moteurs auxiliaires. En 1987, pour la première fois, les exportations d'embarcations à moteur ont surpassé en valeur les exportations de voiliers.

Les plus gros fabricants de bateaux à moteur ont investi pour augmenter leur capacité de production. Ils ont également effectué de la R.-D. afin de mettre au point de nouvelles embarcations, généralement haut de gamme. Dans l'ensemble de l'industrie, les bénéfices d'exploitation représentent une moyenne de 4 % des ventes.

La productivité de l'industrie est limitée par le grand nombre de petites entreprises, et par le fait que 90 % des embarcations produites sont faites de fibre de verre, au moyen de procédés à haute intensité de main-d'œuvre (en général, le moulage ou le laminage manuel de la fibre de verre). Le taux horaire moyen payé aux employés de la production au Canada en 1989 était de 9,15 $, comparativement à 11 $ pour le reste de l'industrie manufacturière canadienne. Ce taux équivalait à 7,50 $ CAN pour les fabricants de bateaux du Nord des

États-Unis et à 7 $ CAN pour les fabricants du Sud de ce pays. La valeur ajoutée moyenne par heure de production s'établit à 25 $ CAN. Les matières premières représentent en moyenne 53 % du coût d'une embarcation, et la main-d'œuvre, seulement 17 %.

La structure financière des sociétés varie selon le type de produits fabriqués. Ainsi, en 1986, la moyenne de la valeur des immobilisations nécessaires pour produire 1 000 $ de vente dans l'ensemble de l'industrie s'établissait à 184 $. Dans le cas des fabricants de voiliers, ce montant atteignait 265 $. La valeur ajoutée par dollar d'outillage et de matériel variait entre 0,95 $ et 11,19 $, la médiane étant 2,99 $, selon qu'il s'agissait de la fabrication de voiliers ou d'embarcations à moteur de fibre de verre ou d'aluminium.

Comparativement à son homologue américain, l'industrie canadienne souffre d'un marché intérieur très restreint; cependant, la proximité du plus gros marché mondial du nautisme compense en partie cette difficulté.

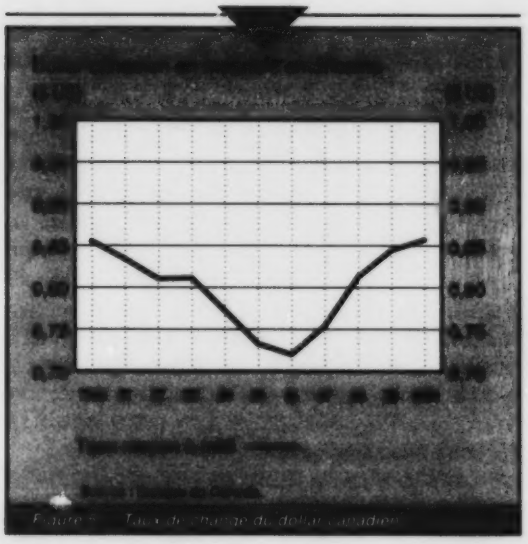
Les fabricants canadiens se spécialisent dans des produits de haut de gamme destinés à des créneaux de marché particuliers, et ils possèdent une réputation bien établie de durabilité et de qualité. Cependant, la plupart des fabricants ne sont pas compétitifs face aux fabricants américains d'embarcations à moteur vendues à bas prix. La principale faiblesse structurelle de l'industrie est l'absence des ressources financières nécessaires pour pénétrer le marché américain et y maintenir un réseau de distribution complet. Elle souffre aussi d'un manque d'intégration verticale comparativement à ses compétiteurs américains, car la plupart des fabricants de moteurs des États-Unis font également partie de groupes de fabricants d'embarcations de plaisance.

Facteurs liés au commerce

Aux termes de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), les tarifs sur les bateaux de plaisance entre les deux pays seront supprimés en 10 étapes annuelles et égales. Cette période de transition est capitale pour l'industrie canadienne. Pour le secteur de la construction des embarcations de plaisance, les tarifs canadiens et américains sur les embarcations s'établissaient respectivement à 10,5 % et 1,05 % en 1991.

L'industrie s'inquiète des niveaux relativement élevés atteints récemment par le dollar canadien face au dollar américain (figure 5). Cependant les experts s'accordent à reconnaître un effet inflationniste à la dévaluation marquée de la monnaie. Avec le temps les prix plus élevés qui en résulteraient sur le marché domestique pourraient annuler les gains découlant d'un dollar dévalué.

La presque totalité des composantes et des accessoires d'embarcations sont importés des États-Unis. Dans le cadre



de l'ALE, l'élimination (en dix étapes) des droits de douane, qui se situent en moyenne à 10 % sur ces produits, réduira également les coûts de production des produits finis. Pour les petits producteurs, les coûts des composantes sont généralement plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, à cause du plus faible volume de production, des droits de douane plus élevés et d'une chaîne de distribution plus longue.

Le principal marché d'exportation pour les producteurs canadiens est le marché américain, qui est protégé par la *Merchant Marine Act*, communément appelé la « Jones Act ». Cette loi s'applique à toute embarcation qui n'est pas strictement destinée à être utilisée à des fins de plaisance. Cette législation constitue une barrière non tarifaire importante pour tous les fabricants étrangers de bateaux à moteur ou de voiliers de croisière qui désirent vendre sur ce marché leurs embarcations destinées à la location. Cependant, les embarcations de fabrication étrangère peuvent être affrétées par une compagnie américaine sans vider la « Jones Act » si l'embarcation est enregistrée pour utilisation à des fins de plaisance seulement, et si elle est affrétée ou louée sans équipage.

Contrairement au Canada, où les normes de fabrication ne s'appliquent aux petites embarcations que lors de leur utilisation, on exerce aux États-Unis un contrôle très strict, par l'intermédiaire de la garde côtière américaine et de la National Marine Manufacturers Association, sur toutes les embarcations vendues et importées. De plus, le système judiciaire américain tend à favoriser les litiges dans les cas de défectuosité des embarcations, de sorte que les fabricants et les distributeurs doivent payer des primes très élevées pour

leur assurance-responsabilité. Ces frais d'assurances, s'ajoutant au coût du démarrage d'un nouveau réseau de distribution, constituent un obstacle supplémentaire pour un nouvel exportateur.

Depuis plus de 30 ans, l'association canadienne des fabricants et distributeurs-grossistes de bateaux, l'Allied Boating Association of Canada, s'emploie à établir des normes de fabrication et de règlements de sécurité pour les petites embarcations. De par ses liens avec le comité technique et le comité de certification de l'Organisation internationale pour la standardisation et du Conseil international des associations nautiques, l'Allied Boating Association travaille à harmoniser, lorsque possible, les normes de construction et les procédures de certification en vigueur au niveau international.

Facteurs technologiques

Le design, le style et la performance constituent des facteurs importants pour les embarcations de plaisance. Au Canada, les constructeurs de voiliers qui excellent dans le domaine du design obtiennent du succès non seulement au pays, mais également sur les marchés d'exportation. Les meilleurs constructeurs canadiens de bateaux à moteur fabriquent des produits de qualité supérieure, et présentent des modèles originaux. Il s'agit là d'une évolution particulièrement intéressante, car la plupart des producteurs adoptent habituellement les innovations et les améliorations venant de l'extérieur, principalement des États-Unis.

À l'échelle internationale, les manufacturiers américains sont très présents, avec plus de 15 compagnies actives en Europe et en Asie. Pour les fabricants canadiens, les percées sur les marchés mondiaux sont plus rares, bien que plusieurs nouveaux produits canadiens aient été présentés lors de salons nautiques internationaux. Les produits canadiens se comparent avantageusement aux produits étrangers par leur style, leur qualité et leur design.

Plusieurs approches peuvent être utilisées afin de développer un style exclusif ou une gamme de produits exclusive et obtenir ainsi des avantages de mise en marché. Plusieurs fabricants canadiens commandent un modèle particulier de bateau à des architectes navals. La procédure habituelle est de payer un montant fixe pour les plans, et de payer par la suite une redevance sur chaque unité produite. En achetant tous les droits, certains fabricants peuvent ensuite accorder des licences à d'autres fabricants pour produire des bateaux identiques destinés à un marché particulier. Les compagnies qui produisent de gros voiliers et de gros yachts à moteur destinés aux croisières utilisent fréquemment cette technique.

Malgré le nombre restreint d'employés s'occupant à plein temps de R.-D. pour la mise au point de nouveaux designs, il semble que l'industrie canadienne des bateaux de plaisance soit bien informée des développements dans le secteur et utilise dans certains cas particuliers les nouveaux matériaux, les nouvelles techniques de production et les nouveaux designs. Les embarcations à moteur fabriquées au Canada ces dernières années montrent un heureux mélange de nouveau design et d'esthétique, jumelés à une qualité souvent supérieure à celle des produits américains. Ainsi, on retrouve dans de nombreux produits canadiens des coques construites à l'aide des plus récentes technologies de la fibre de verre, notamment la construction en sandwich, où l'on plaque une couche de fibre de verre de chaque côté d'une couche de mousse à haute densité. Cette technique, qui réduit substantiellement le poids de la coque tout en lui conférant une résistance supérieure, est largement utilisée en aéronautique et dans la construction des dragueurs de mines de la flotte américaine. L'emploi par les entreprises canadiennes de concepteurs spécialisés contribue grandement à la diffusion de cette technologie.

Les fabricants canadiens consacrent moins de 1 % de leurs revenus à la recherche et au développement de nouveaux produits. Pour demeurer compétitifs, ils devront investir dans de nouvelles méthodes de production, utiliser de nouveaux matériaux, généraliser le recours à un processus continu de développement de produits à l'intérieur des entreprises, et collaborer avec le réseau de sous-traitants qui s'est graduellement développé.

Évolution du milieu

Avant la récession des années 1981–1982, le plaisancier typique possédait un voilier. Celui d'aujourd'hui possède probablement un bateau à moteur, et a déjà eu un voilier. En 1981, les fabricants de voiliers étaient à leur apogée, et pouvaient à peine répondre à la demande qui n'avait cessé de grandir depuis l'avènement des nouveaux produits de fibre de verre à la fin des années 1960. Les voiliers comptaient pour plus de 55 % des expéditions en 1981, tandis que les bateaux à moteur ne représentaient que 15 % du total.

Depuis 1982, les expéditions de bateaux à moteur augmentent à un rythme annuel moyen de plus de 60 %, et sont ainsi passées de 14,9 millions de dollars en 1982 à 28,5 millions de dollars en 1983, et à plus de 137,5 et 148 millions de dollars en 1987 et 1988 respectivement. Rien de comparable pour les expéditions de voiliers, dont les ventes moyennes étaient de 80 millions de dollars par an entre 1982 et 1985, et qui n'ont cessé de décroître, se fixant à 40,1 millions de dollars en 1988. Ceci ne représente plus que 9 % des expéditions d'embarcations de plaisance. Plusieurs fabricants de voiliers ajoutent des bateaux à moteur à leurs gammes de produits, en vue de suivre cette vague de popularité.

La valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain, l'intérêt des détaillants canadiens vis-à-vis des produits américains et les taux d'intérêts élevés ont une influence considérable sur les expéditions canadiennes de bateaux de plaisance, et affectent le volume d'importations et d'exportations. Ainsi, le taux d'augmentation des exportations de produits canadiens aux États-Unis a ralenti en 1988 et en 1990. En même temps, le taux d'augmentation des importations de produits américains a dépassé de beaucoup le taux d'augmentation des exportations vers ce pays jusqu'en 1990, lorsque la récession a fortement réduit l'écart.

Plusieurs facteurs nous portent à croire que le marché nord-américain de ce secteur connaîtra une croissance durant les années 1990. Les facteurs démographiques favorables, le financement à long terme mis à la disposition des consommateurs pour l'achat d'embarcations, la qualité et la diversité des produits offerts, l'amélioration et l'addition de quais d'amarrage que feront les 3 700 opérateurs canadiens de marinas, la publicité croissante accordée aux courses et aux événements nautiques internationaux contriburont tous à la croissance du marché nord-américain. De plus, les principaux fabricants possèdent une capacité de fabrication excédentaire, et ils ont les produits nécessaires pour profiter des principaux marchés d'exportation, à savoir les États-Unis, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, le Japon et la France.

La consolidation rapide de l'industrie américaine à la suite de nombreuses fusions et acquisitions de fabricants de bateaux par les géants OMC (moteurs Johnson, Evinrude et OMC Cobra) et Brunswick (moteurs Mercury, Mercruiser, Mariner et Force) a ajouté à l'intégration verticale qui caractérisait déjà les fabricants américains. En outre, cela a rompu l'équilibre du marché et a créé des conflits de loyauté chez les détaillants nautiques qui vendent les marques de bateaux d'un manufacturier et les moteurs de l'autre.

Les principaux problèmes auxquels le marché canadien fait face proviennent de l'acceptation grandissante des produits américains par les détaillants nautiques, des possibilités de réglementation de la taille et de l'utilisation des bateaux afin de protéger l'environnement, des fermetures de lacs au Québec par règlements municipaux, de la guerre prévisible des prix livrée par les produits américains de bas de gamme, ainsi que des contrôles affectant les produits canadiens exportés aux États-Unis. Cette situation fera disparaître plusieurs fabricants et détaillants nord-américains. On peut s'attendre, selon la santé de l'économie, la valeur du dollar et les taux d'intérêt canadien et américain, à une période de faiblesse pour les trois prochaines années. Cette période sera suivie d'une phase de croissance dont le rythme serait de 3 à 5 % depuis 1993 jusqu'à la fin de la décennie.

Évaluation de la compétitivité

L'industrie canadienne de la fabrication d'embarcations de plaisance a déjà montré qu'elle pouvait être compétitive sur les marchés nord-américains. Les fabricants canadiens offrant des produits spécialisés et de haute qualité seront en position concurrentielle, particulièrement en ce qui a trait aux bateaux haut de gamme, grâce à leur style, aux matériaux utilisés et à leur performance.

Cependant, l'industrie est handicapée par sa structure et par ses caractéristiques liées à la petite taille des entreprises. En outre, les activités de l'industrie suivent partiellement les grands cycles de l'économie, puisque la demande est reliée au revenu personnel disponible.

L'innovation au niveau des produits a été particulièrement importante dans le secteur des voiliers. Le succès remporté sur le principal marché mondial d'exportation, celui des États-Unis, dépend de la réputation de ces voiliers aux plans de la qualité et de la performance. L'ALE forcera les fabricants canadiens d'embarcations à devenir plus productifs, novateurs et spécialisés dans leur approche du marché, s'ils veulent demeurer concurrentiels face à des producteurs américains en général plus gros et mieux financés.

L'amélioration des moteurs, des accessoires électroniques, du design des embarcations, de la variété des produits offerts et des méthodes de production a contribué à rendre les bateaux de plaisance plus abordables. Pour maintenir sa croissance, l'industrie doit pénétrer davantage le marché américain, se tourner vers de nouveaux marchés d'exportation, développer son marché intérieur en améliorant et en développant le design, le style et la technologie de ses embarcations et, enfin, innover dans ses méthodes de service après-vente.

Pour plus de renseignements sur ce dossier ou pour obtenir les documents d'ISTC dont la liste se trouve à la page 12, s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Bateaux de plaisance
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3760
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989[b]	1990[b]
Établissements	241	342	369	361	359	327	379	300	270
Emploi	3 079	2 684	3 056	3 729	4 294	5 089	5 603	4 840	3 400
Expéditions (millions de $)	80,0	183,2	232,1	260,2	333,9	421,2	463,4	443,3	325,0
Valeur-ajoutée, activité manufacturière (millions de $)	38,8	84,2	110,8	119,4	143,2	166,2	189,7	187,0	135,0

[a]Voir *Industries du matériel de transport*, nº 42-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3281 (Industrie de la construction et de la réparation d'embarcations).

[b]Estimations d'ISTC.

STATISTIQUES COMMERCIALES[a]

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]	1990[c]
Exportations (millions de $)	23,0	44,0	53,2	52,4	56,9	81,5	86,6	110,3	115,0
Exportations, É.-U. seulement (millions de $)	21,8	42,5	51,9	50,1	54,5	78,2	79,3	99,2	100,0
Expéditions intérieures (millions de $)	57,0	139,2	178,9	207,8	277,0	339,7	376,8	333,0	210,0
Importations (millions de $)	24,1	41,5	62,0	69,5	79,0	114,2	165,6	207,9	152,4
Importations, É.-U. seulement (millions de $)	21,3	33,6	46,5	50,3	62,0	96,7	148,7	193,2	142,9
Marché canadien (millions de $)	81,1	180,7	240,9	277,3	356,0	453,9	542,4	540,9	362,4
Exportations (% des expéditions)	28,8	24,0	22,9	20,1	17,0	19,3	18,7	24,9	35,4
Importations (% du marché canadien)	29,7	23,0	25,7	25,1	22,2	25,2	30,5	38,4	42,1
Balance commerciale (millions de $)	-1,1	2,5	-8,8	-17,1	-22,1	-32,7	-79,0	-97,6	-37,4

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel, et *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[b]Il importe de noter que les données de 1988 et des années suivantes se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la classification des produits industriels (CPI), la classification des marchandises d'exportation (CME), et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de la période de 1988 et des années suivantes ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs.

[c]Estimations d'ISTC.

IMPORTATIONS PAR TYPES D'EMBARCATIONS[a] (millions de $)

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990[b]
Bateaux moteurs in-bord/hors-bord	14,5	20,6	33,5	44,5	54,8	86,9	122,1	160,5	103,2
Voiliers	–	7,9	13,1	11,1	7,2	7,7	10,6	11,2	7,3
Chaloupes, hors-bords et autres	9,6	13,0	15,4	13,9	17,0	19,6	32,9	36,2	41,9
Total	24,1	41,5	62,0	69,5	79,0	114,2	165,6	207,9	152,4

[a]Voir *Importations, commerce de marchandises*, nº 65-203 au catalogue de Statistique Canada, annuel.
[b]Estimations d'ISTC.

EXPORTATIONS PAR TYPES D'EMBARCATIONS[a] (millions de $)

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990[b]
Bateaux moteurs in-bord/hors-bord	6,0	4,5	3,6	8,4	11,5	36,7	44,7	25,5	31,3
Voiliers	14,9	35,6	44,4	36,9	36,2	32,8	26,6	17,5	16,6
Chaloupes, hors-bords et autres	2,1	3,9	5,2	7,1	9,2	12,0	15,3	67,3	67,1
Total	23,0	44,0	53,2	52,4	56,9	81,5	86,6	110,3	115,0

[a]Voir *Exportations, commerce de marchandises*, nº 65-202 au catalogue de Statistique Canada, annuel.
[b]Estimations d'ISTC.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	21,1	17,7	29,3	5,0	26,9
Emploi (% du total)	13,1	31,6	29,4	5,1	20,8
Expéditions (% du total)	10,0	32,9	28,8	4,4	23,9

[a]Voir *Industries du matériel de transport*, nº 42-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Bateaux Doral Ltée	Canada	Grand' Mère (Québec) (BM)
Bombardier Inc.	Canada	Valcourt (Québec) (MM)
C.S. Yachts Limited	Canada	Brampton (Ontario) (V)
Cadorette Marine Co.	Canada	Grand' Mère (Québec) (BM)
Canoe Cove Manufacturing Ltd.	Canada	Sidney (Colombie-Britannique) (BM)
Cooper Yachts Ltd.	Canada	Maple Ridge (Colombie-Britannique) (BM)
Hinterhoeller Yachts	Canada	St. Catharines (Ontario) (V)
Produits nautiques Altra Inc.	États-Unis	Princeville (Québec) (BM) (C)

(BM) Bateaux à moteurs (C) Chaloupes à rames
(MM) Motomarines (V) Voiliers

PRINCIPAUX COMPÉTITEURS AMÉRICAINS

Nom	Ventes nautiques (1989)	Marques
Brunswick Corporation	2,007 milliards de $	Bayliner, Sea Ray, Maxum, Arriva, Cobra, Starcraft, Fisher, Monark, Procraft, Astroglass, Blue Fin, Spectrum Moteurs : Mariner, Force, Mercury, Mercruiser
Outboard Marine Corporation	1,12 milliard de $	Stratos, Sea Nymph, Donzi, Four Winns, Irisbowl (Australie) Chris-Craft, Lowe, Sunbird, Grumman, Sea Swirl, Hydra Sports, Ryds Batinchestri (Suède) Altra (Canada) Moteurs : Evinrude, Johnson, Cobra
Genmar Industries Inc. (Minstar Inc.)	473,5 millions de $	Lund, Glastron, Larson, Wellcraft, Crestliner, Hatteras, Minnetonka, Ski Supreme, Carver, Ranger (Miramar Maine Inc., 277 millions de $) Moteurs : Volvo Penta

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Alberta Marine Trade Association
a/s Auto Marine Specialties Ltd.
4718, 1re Rue, sud-ouest
CALGARY (Alberta)
T2G 0A2
Tél. : (403) 287-2121
Télécopieur : (403) 287-2122

Allied Boating Association of Canada
5468, rue Dundas ouest, bureau 324
ISLINGTON (Ontario)
M9B 6E3
Tél. : (416) 236-2497
Télécopieur : (416) 236-3670

Association québécoise de l'industrie du nautisme
4545, rue Pierre-de-Coubertin
MONTRÉAL (Québec)
H1V 3N7
Tél. : (514) 257-7600
Télécopieur : (514) 257-7362

Atlantic Marine Trade Association
C.P. 339
WAVERLEY (Nouvelle-Écosse)
B0N 2S0
Tél. : (902) 860-2220

Marine Trades Association of British Columbia
1075, rue Georgia ouest, bureau 240
VANCOUVER (Colombie-Britannique)
V6E 3C9
Tél. : (604) 683-5191
Télécopieur : (604) 688-3105

Mid-Canada Marine Dealers Association
23, croissant Sage
WINNIPEG (Manitoba)
R2Y 0X8
Tél. : (204) 831-5438
Télécopieur : (204) 831-5438

Ontario Marina Operators Association
4, rue Cataraqui, bureau 211
KINGSTON (Ontario)
K7K 1Z7
Tél. : (613) 547-6662
Télécopieur : (613) 547-6813

Personal Watercraft Industry Association
5468, rue Dundas ouest, bureau 324
ISLINGTON (Ontario)
M9B 6E3
Tél. : (416) 236-2497
Télécopieur : (416) 236-3670

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

Les documents suivants sont disponibles à Industrie, Sciences et Technologie Canada (voir l'adresse à la page 7).

Base de données sur l'industrie des bateaux de plaisance

La base de données est constituée d'une liste des constructeurs canadiens d'embarcations, des fabricants d'accessoires et des fournisseurs de l'industrie. Des répertoires des fabricants, des listes de produits et des listes des entreprises exportatrices sont publiés périodiquement. Deux listes sont actuellement disponibles :

- *Canadian Boat and Accessory Exporter Directory*
- *Répertoire de l'industrie canadienne de la construction des bateaux.*

Comparaisons inter-entreprises des fabricants de bateaux de plaisance au Canada (1986 et 1990)

Le but de ces études, compilées par ISTC, est d'aider les entreprises participantes à améliorer leur productivité et leur rentabilité, en leur fournissant des analyses détaillées sur leurs forces et leurs faiblesses par rapport à des entreprises semblables du même secteur industriel.

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.